



White torna sui numeri pre-pandemia



Con 400 espositori, il 58% dei quali esteri, e tre location aggiuntive nel Tortona district - il **Magna Pars**, la sede di **Archiproducts** e il padiglione **Visconti** - l'edizione dal 22 al 25 settembre di **White | Sign Of The Times** torna sui numeri pre-Covid.

«È frutto del coraggio imprenditoriale, di un format innovativo», ha spiegato alla conferenza stampa di questa mattina, al **Teatro Franco Parenti** di Milano, il patron **Massimiliano Bizzi**. Format che punta all'«abbattimento delle barriere», come nel caso di **Expo White** che, con il patrocinio del ministero della Cultura, porta una selezione di designer di talento ed export oriented provenienti da Arabia Saudita, Brasile, Sud Africa, Olanda e Spagna.

L'iniziativa si è resa possibile grazie all'attrattiva di Milano. Una città che si sta distinguendo nel mondo non solo per la moda ma anche per essere sempre più internazionale e che, in un futuro prossimo, ha in programma di realizzare «qualcosa di partecipato, un villaggio dove la città possa vivere le emozioni della moda», come ha anticipato **Alessia Cappello**, assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano.

All'appuntamento di questa mattina è intervenuto anche **Carlo Ferro**, presidente di **Ice Agenzia**, che ha ricordato gli incoraggianti numeri sulle esportazioni globali italiane: nel 2021 hanno totalizzato 516 miliardi, in aumento del 18% sul 2020 (+7,5% sul 2019) mentre nei primi sei mesi del 2022 sono aumentate del 21%, rispetto alla prima metà del 2021. «Una crescita che si deve non solo all'aumento dei prezzi ma anche dei volumi, come avvenuto pure nella moda, che nel 2021 ha esportato per 67 miliardi di euro».

Ferro ha anche anticipato, per l'occasione, che l'Ice è vicina alle imprese con una campagna di *nation branding* in 26 Paesi che si attiverà attraverso una promozione settoriale. L'agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane intende inoltre fornire servizi alle imprese, per dotarsi di capacità di tracciabilità dell'origine dei prodotti, comprese le tecnologie blockchain.

Nel caso specifico di **White**, l'Ice continua a supportare il salone nell'invitare i migliori retailer nel mondo, arrivati a 300 quest'anno. Lo ha sottolineato il ceo **Brenda Bellei**, prospettando per settembre il ritorno a 28mila compratori presenti in fiera, come nelle edizioni pre-pandemia, dopo i circa 20mila della scorsa edizione.

L'evento milanese, patrocinato dal comune e supportato dal ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, rafforza inoltre la collaborazione con



Confartigianato Imprese, come pure con **Cbi-Camera Buyer Italia** e **Csm-Camera Showroom Milano**.

In rappresentanza della filiera della moda ci saranno pure i produttori tessili come quelli ospiti della sezione *Wsm- **White** Sustainable Milano*, al Padiglione Vesconti di via Tortona 58, sviluppata in sinergia con **Giusy Bettoni**, fondatrice dell'eco-hub **C.L.A.S.S.** (Creativity Lifestyle And Sustainable Synergy).

Quest'area ibrida, pensata per gli addetti ai lavori della moda ma aperta anche al consumatore finale, include inoltre le ultime novità in fatto di digitalizzazione del fashion retail e, come anticipato dal direttore generale **Stefania Vismara**, ha un ricco palinsesto di incontri, che affronteranno temi come il digital passport, il greenwashing e l'agricoltura rigenerativa (in alto una delle immagini della nuova campagna di comunicazione di **White**, che ha coinvolto il documentarista **Luca Bracali** e i creativi di **Green Light Project**: l'idea di base è richiamare il bello del vestirsi bene e di una moda semplice, senza eccessi, attraverso la bellezza autentica, l'eleganza e la fierezza degli animali).

